

La llengua

Albert Rico

Grup Llengua i Mèdia
Departament de Filologia Catalana
(Universitat Autònoma de Barcelona)

Les dades sobre la difusió i l'audiència dels mitjans de comunicació en català confirmen que durant el bienni 2011–2012 es manté la tendència a l'alça respecte a anys anteriors a Catalunya, tot i que la presència del castellà continua essent superior a la del català, en especial en determinats àmbits (premsa esportiva, revistes, cinema). És notable l'increment del consum de premsa diària en català gràcies, sobretot, a un fet concret: l'aparició de la versió en català del diari de més difusió, *La Vanguardia*, que ha permès que més de la meitat dels lectors d'aquesta capçalera la llegeixin en català.

RICO, Albert (2013): "La llengua", a CIVIL I SERRA, Marta; BLASCO GIL, José Joaquín; GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2011–2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 3, pàgs. 235–254. e-Pub gratuït a <http://www20.gencat.cat/docs/EADOP/Publicacions/Continguts/epubs/lexikon/InformeDeLaComunicacioACatalunya11-12.epub>

Continua creixent la presència del català pel que fa a audiència i consum de mitjans, tot i que també continua el predomini del castellà en tots els àmbits analitzats: diaris, revistes, internet, ràdio, televisió i cinema



1. Introducció

Els fluxos de comunicació articulen i cohesionen les societats, i la presència de la llengua catalana en els mitjans és una mesura d'aquesta cohesió. En aquest capítol analitzarem la presència del català en els mitjans de comunicació de Catalunya, d'acord amb la informació relativa a la difusió i l'audiència, i a partir de dades de diferents fonts. No considerarem aspectes relacionats amb els models de llengua o amb el fet que una part important de la premsa escrita en català sigui resultat de la traducció automàtica d'originals en castellà.

Les característiques del procediment d'obtenció de dades tampoc no permeten quantificar amb precisió la presència del català en mitjans que usen majoritàriament el castellà o que difonen uns continguts bàsicament en aquesta llengua. De manera que comptabilitzarem com a mitjans catalans els que usen majoritàriament el català, i com a mitjans de llengua castellana els que usen majoritàriament el castellà.

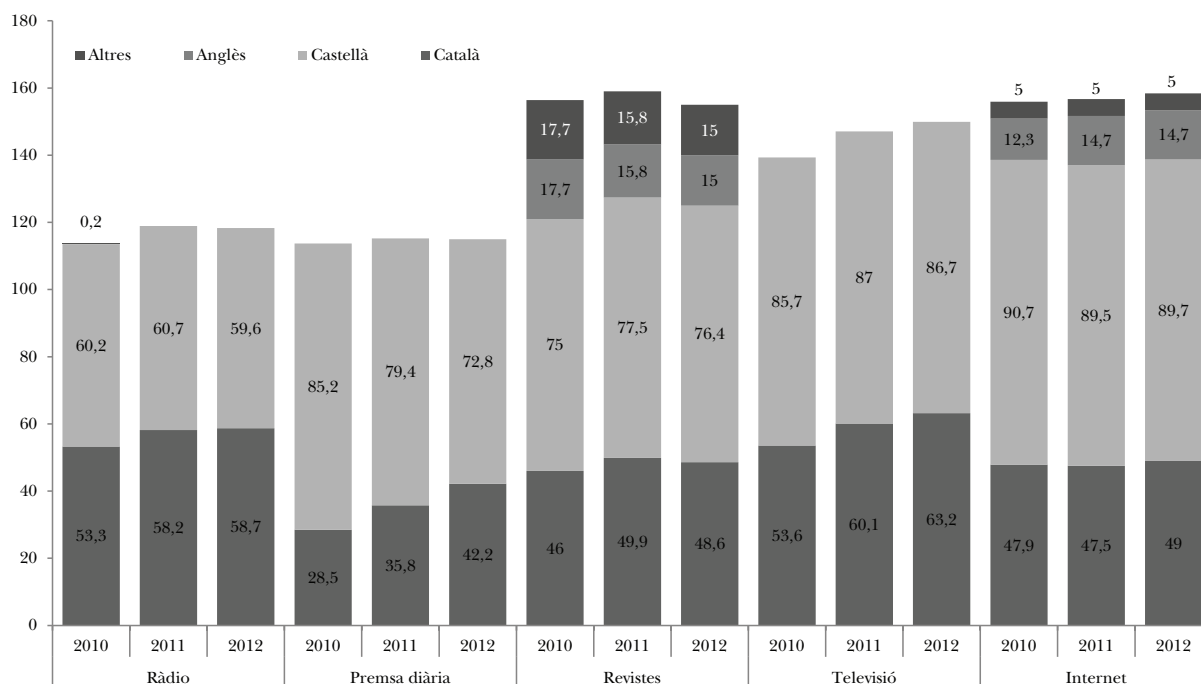
Les fonts d'on provenen les dades que comentem han sigut convenientment referenciades. Bàsicament, és el Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, però també l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), l'Estudi General de Mitjans (EGM) i Kantar Media. Així mateix, hem tingut en compte les reflexions sobre les dades del Baròmetre d'institucions representatives, com les de l'Institut d'Estudis Catalans o la Plataforma per la Llengua.

La informació i les valoracions es presenten separats per epígrafs amb títols de caràcter general (premsa, ràdio, etc.), dividits en subapartats que s'ocupen de sectors més específics (premsa, esportiva, ràdio musical, etc.), i s'il·lustren amb taules o gràfics.

2. Visió general

Les dades per als anys 2011 i 2012 ens indiquen que continua creixent la presència del català pel que fa a audiència i consum de mitjans, tot i que també continua el predomini del castellà en tots els àmbits analitzats: diaris, revistes, internet, ràdio, televisió i cinema, com podem veure al gràfic 1. En el sector radiofònic és on la presència del català resulta més notable i quasi s'equipara a la del castellà (58,7/59,6%, per al 2012); en canvi, a la premsa diària es manifesta encara un notable predomini del castellà (42,2/72,8%, per al 2012), tot i l'avenç espectacular que ha representat l'aparició de l'edició de *La Vanguardia* en català, que ha suposat que més de la meitat dels seus lectors habituals el llegeixin ara en aquesta llengua, i la consolidació del diari *Ara*, que va sortir pel novembre del 2010 però només va tenir efecte sobre el còmput anual de premsa a partir del 2011. Ara bé, també constatem que la reducció global de lectors en castellà no és gaire significativa, perquè la diferència era molt gran en favor del castellà i pel pes de la premsa esportiva, el sector de la premsa diària menys catalanitzat des del punt de vista de la llengua.

Gràfic 1. Evolució de l'audiència general de mitjans per llengües, en percentatge (2010–2012)^A



^A Els percentatges no sumen 100 perquè hi ha casos de duplictat: consumidors de mitjans en català i en castellà.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

L'altre sector on, segons les dades del Baròmetre, incrementa la presència del català malgrat la forta competència dels canals en castellà d'àmbit estatal és el de la televisió, però no en detriment del consum en castellà, que es manté estable. Tampoc no resulten rellevants les variacions en ràdio, internet i revistes, sempre amb petits avenços per al català.

3. Premsa

3.1. Premsa diària generalista

Tal com hem comentat, el sector de la premsa diària és el que ha sofert més canvis en el bienni analitzat. El 3 de maig de 2011 veia la llum l'edició en català de *La Vanguardia*, el diari degà de la premsa catalana, que havia emprat el castellà des de la seva fundació. L'efecte de l'esdeveniment és notable, no tan sols perquè representa que els centenars de milers de lectors del periòdic, que es distribueix sobretot a Catalunya, podran triar la llengua en què el volen llegir, sinó també per l'impacte en l'imaginari col·lectiu: ja hi ha dos diaris, els de més tiratge i difusió (*La Vanguardia* i *El Periódico*) que poden llegir-se en català i són visibles en els punts de venda; segurament serà més probable que la gran quantitat de visitants de Barcelona, per exemple, s'adoni que als quioscos hi ha una altra llengua a part del castellà.¹ A aquest fet s'hi ha d'afegir l'aparició del diari *Ara* uns mesos abans, el novembre de 2010. De manera que entre el 2010 i el 2012 la difusió de diaris de pagament en català es va veure incrementada

1. Dos estudis d'ESADE per conèixer la posició de les marques Barcelona i Catalunya al món constaten que els visitants de la ciutat l'associen més amb el futbol (31–38%), els toros (9–14%) o la festa (11%), que amb el català (PRADILLA, SOROLLA 2012: 131).

En el cas d'*El Punt* i *Avui*, la suma total de lectors de les dues capçaleres el 2010 és inferior al nombre de lectors que enregistra els anys següents el diari resultant de la seva fusió



en un 83,3%, i el percentatge d'exemplars difosos en català sobre el total va passar del 17,2% al 30,5% (PRADILLA I SOROLLA, 2012: 107).

D'acord amb les dades del Baròmetre per a l'any 2012 (vegeu la taula 1), hi ha set capçaleres editades íntegrament en català, una més que el 2010, per la fusió de les capçaleres d'*El Punt* i l'*Avui*, i comptant per separat les edicions en castellà i en català de *La Vanguardia*, *El Periódico* i *Segre*.

L'audiència d'aquestes capçaleres ha tingut comportaments diversos, segons les dades del Baròmetre. *La Vanguardia* enregistra un creixement de lectors notable i constant en el període analitzat; un creixement més moderat, però, segons les dades de l'EGM (vegeu la taula 2). També veiem que el 2012, quan tenim dades del nombre de lectors segons la llengua, l'audiència en català és bastant superior; al seu torn, *El Periódico* perd lectors en castellà però en guanya en català, de manera que per al 2012 la distribució és molt ajustada entre les dues llengües.

En el cas d'*El Punt* i *Avui*, la suma total de lectors de les dues capçaleres el 2010 (176.000 i 120.000, respectivament) és inferior al nombre de lectors que enregistra els anys següents el diari resultant de la seva fusió. Segons es mostra a la taula 1, aquest descens es veu compensat, pel que fa al nombre de lectors en català, amb l'aparició del diari *Ara*, que està per damunt dels 100.000 lectors. Tots aquests moviments es produeixen en una època de forta polèmica política a Catalunya, amb eleccions a les acaballes del 2012, que podria haver provocat una redistribució més o menys momentània dels lectors de premsa de les capçaleres de més audiència, ja que l'augment global de lectors d'aquestes capçaleres és només del 2,09% segons el Baròmetre.

Taula 1. Audiència dels vuit principals diaris generalistes de pagament editats a Catalunya, en milers de lectors^A (2010–2012)

Capçaleres	2010	2011	2012	Variació 2010–2012 (%)
<i>La Vanguardia</i>		824	868	
<i>La Vanguardia</i> (edició en castellà)	743		398	16,82
<i>La Vanguardia</i> (edició en català)			478	
<i>El Periódico</i>	687		642	–6,55
<i>El Periódico</i> (edició en castellà)	381	740	330	–13,3
<i>El Periódico</i> (edició en català)	318		323	1,57
<i>El Punt</i>	176			
<i>Avui</i>	120			9,09
<i>El Punt Avui</i>		224	192	
<i>Ara</i>		110	123	11,8
<i>Diari de Girona</i>	50	58	58	16
<i>Regió 7</i>	56	61	35	–37,50
<i>Segre</i>	110		115	4,55
<i>Segre</i> (edició en castellà)	44	120	39	–11,36
<i>Segre</i> (edició en català)	69		77	11,59
TOTAL	1.957	2.137	1.998	2,09

^A Les dades de *La Vanguardia*, *El Periódico* i *Segre* inclouen les globals i les de les dues edicions, en català i en castellà; el nombre de lectors en català i en castellà supera el total, per la possibilitat de llegir l'exemplar en dues llengües.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

Les dades de l'EGM confirmen aquestes variacions de l'audiència, més acusades pel que fa a la baixada d'*El Periódico* i al creixement de *Segre*. Per a *El Punt Avui*, l'EGM en confirma una lleugera disminució.

Al costat d'aquesta redistribució i lleuger creixement del nombre de lectors, les dades de l'OJD indiquen que la difusió de les esmentades capçaleres ha disminuït, probablement com a conseqüència de la crisi econòmica (vegeu la taula 3).

Taula 2. Evolució del nombre de lectors dels set principals diaris generalistes de pagament editats a Catalunya, en milers de lectors (2010–2012)

Capçaleres	Febrer 2010 – novembre 2010	Abril 2010 – març 2011	Octubre 2010 – maig 2011	Febrer 2011 – novembre 2011	Abril 2011 – març 2012	Octubre 2011 – maig 2012	Febrer 2012 – novembre 2012	Variació (%) ^A
<i>La Vanguardia</i> ^B	757	798	846	849	850	816	811	7,13
<i>El Periódico</i>	778	787	770	731	654	608	613	-21,20
<i>El Punt Avui</i> ^C	s. d. ^D	s. d.	s. d.	179	145	142	146	-18,43
<i>Segre</i>	86	86	84	86	101	106	111	15,62
<i>Ara</i>	s. d.	s. d.	s. d.	78	88	80	97	24,35
<i>Regió 7</i>	48	53	54	55	51	40	48	0
<i>Diari de Girona</i>	48	46	45	41	39	38	36	-25,00

^A Entre el primer i l'últim any mòbil consignats.

^B L'EGM no obté dades separades per llengua per a *La Vanguardia* i *El Periódico*.

^C Dades només a partir del tercer acumulat.

^D s. d.: sense dades.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'EGM (anys acumulats mòbils febrer–novembre 2010–2012).

Taula 3. Difusió de les principals capçaleres catalanes (2011–2012)

Capçalera	Període	Difusió mitjana	Variació (%) ^A
<i>La Vanguardia</i>	Juliol 2011 – juny 2012	181.900	
	Gener 2011 – desembre 2011	190.033	-7,58
	Juliol 2010 – juny 2011	196.824	
<i>El Periódico</i>	Juliol 2011–juny 2012	110.200	
	Gener 2011 – desembre 2011	119.374	-14,51
	Juliol. 2010 – juny 2011	128.906	
<i>El Punt Avui</i>	Agost 2011 – juny 2012	28.454	
	Agost 2011 – desembre 2011	30.442	-6,53
<i>Ara</i>	Juliol 2011 – juny 2012	15.477	
	Gener 2011 – desembre 2011	15.662	-5,24
	Desembre 2010 – juny 2011	16.333	
<i>Segre</i>	Gener 2012 – desembre 2012	10.649	
	Juliol 2011 – juny 2012	10.925	-4,89
	Gener 2011 – desembre 2011	11.196	
<i>Regió 7</i>	Gener 2012 – desembre 2012	6.391	
	Juliol 2011 – juny 2012	6.600	-5,60
	Gener 2011 – desembre 2011	6.770	
<i>Diari de Girona</i>	Juliol 2011 – juny 2012	6.231	
	Gener 2011 – desembre 2011	6.248	-2,27
	Juliol 2010 – juny 2011	6.376	

^A Entre els períodes inicial i final indicats a la segona columna.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'OJD.

Es constata que hi ha un increment de lectors en català degut sobretot a un factor excepcional, l'edició en català de *La Vanguardia*, que comporta una pèrdua de lectors en castellà i un guany de lectors en català »

Aquesta reducció afecta especialment les capçaleres de més difusió, en particular *El Periódico* i *La Vanguardia*, però també la pateixen les de menys difusió.

En resum, doncs, es constata que hi ha un increment de lectors en català degut sobretot a un factor excepcional, l'edició en català de *La Vanguardia*, que comporta una pèrdua de lectors en castellà i un guany de lectors en català. La desaparició de l'*Avui*, absorbit per *El Punt*, i l'aparició de l'*Ara* també han representat una reconfiguració de la premsa escrita originalment en català i un augment del nombre de lectors d'aquest segment. Tot plegat passa en un marc de forts descensos de venda de premsa generalista en paper.

3.2. Premsa d'altra periodicitat

Des d'una perspectiva global, i segons les dades del Baròmetre, la penetració de les publicacions periòdiques en català es manté estable (mig punt percentual més des de 2010). Però tendeixen a créixer més les de periodicitat més alta (un 5,3% les de periodicitat quinzenal, un 5,2% les mensuals i 10,7% les de periodicitat superior).

En la relació de publicacions periòdiques amb un mínim de 100.000 lectors en figuren nou en llengua castellana, abans de trobar la primera en català, *Sàpiens* (155.000), en desè lloc. Les restants amb més de 100.000 lectors són el bisetmanari *El 9 Nou* i el setmanari *Tot Mataró i Maresme*; si bé és cert que *Lecturas*, en cinquè lloc, amb 367.000 lectors, publica un suplement en català.

Taula 4. Audiència de publicacions periòdiques a Catalunya, a partir de 100.000 lectors, en milers de lectors (2011–2012)

Capçaleres	2011	2012 ^A
1. <i>Pronto</i>	561	541
2. <i>Hola</i>	488	394
3. <i>Muy Interesante</i>	437	440
4. <i>National Geographic</i>	389	348
5. <i>Lecturas</i>	367	362
(...)		
10. <i>Sàpiens</i> (mensual)	155	161
12. <i>El 9 Nou</i> (bisetmanal)	138	117
17. <i>Tot Mataró i Maresme</i> (setmanal)	110	108
20. <i>La Fura</i> (setmanal)	101	92

^A Les dades del Baròmetre per a 2012 estan separades per periodicitat (setmanals i mensuals). *El 9 Nou* i *El Tot Mataró i Maresme* ocupen els llocs 8 i 9, i *La Fura*, l'11.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

Les dades del Baròmetre no ens permeten apreciar grans canvis de tendència. La presència del castellà continua essent molt majoritària, si bé hi ha algunes publicacions que comencen a fer-se un lloc en el panorama de la premsa periòdica d'àmbit nacional, com ara la revista mensual *Sàpiens*.² Pel que fa al nombre de capçaleres, en termes absoluts, el català resulta majoritari, i hi ha revistes d'àmbit local que són líders a la seva comarca (vegeu el mapa 1). Però en nombre de lectors són clarament minoritàries.

2. Segons les dades de l'OJD, *Sàpiens* també es veu afectada per la baixada de tota la premsa escrita: passa d'una difusió de 19.073 el 2010 a 17.116 el 2011.

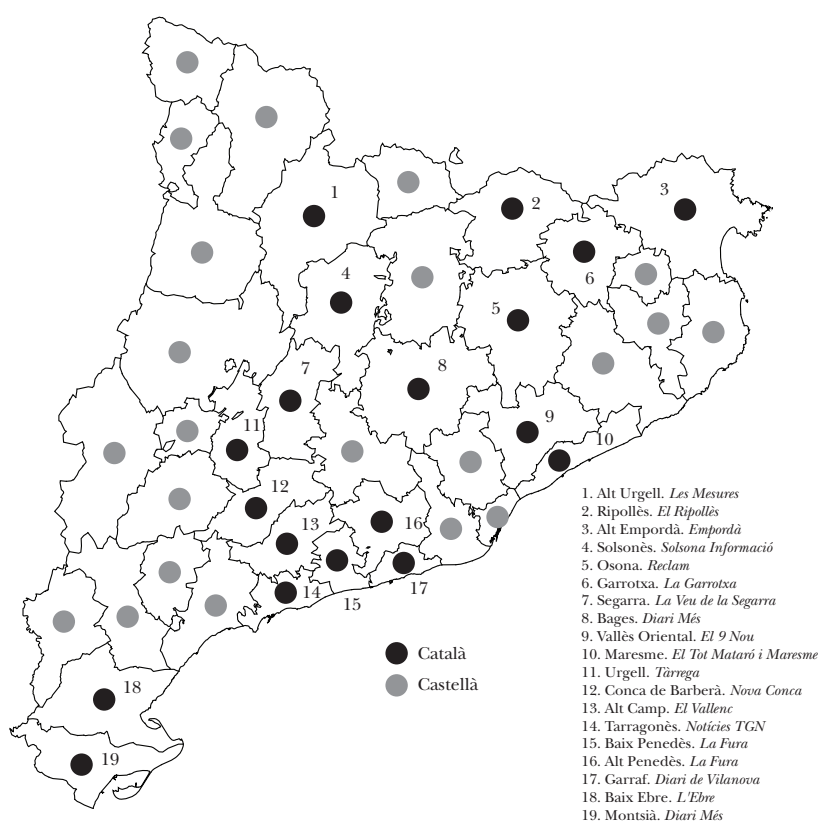
Les capçaleres de més difusió, amb un pes importantíssim de l'anomenada “premsa rosa” o “premsa del cor” continuen essent en castellà.

El mapa 1 il·lustra una situació en què, malgrat el panorama aclaparadorament majoritari dels setmanaris en castellà de difusió estatal a Catalunya, la premsa periòdica local té una audiència remarcable, i en divuit de les comarques catalanes és capdavantera, per davant de la premsa en castellà. En la resta de comarques, el lideratge és per a les revistes del cor, en castellà, *Pronto*, *Hola* i *Lecturas*.

**Per cada dos
lectors en català
de revistes
setmanals n'hi ha
aproximadament
tres que llegeixen
en castellà o en
altres llengües**



Mapa 1. Llengua de la publicació no diària líder d'audiència, per comarca (2012)



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (any natural 2012).

Pel que fa a l'audiència de revistes setmanals segons la llengua, les dades ens indiquen que per cada dos lectors en català n'hi ha aproximadament tres que llegeixen en castellà o en altres llengües, com comprovem a la taula 5.

Taula 5. Audiència de revistes setmanals per llengua, en milers de lectors^A (2012)

		Total	% sobre el total de població
Total població		6.439	100
Revistes setmanals per llengües llegides l'última setmana	Total lectors	2.300	35,7
	Català	990	15,4
	Castellà	1.529	23,7
	Mixtes	214	3,3

^A Amb duplicitats: individus que llegeixen en català i en castellà.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (any natural 2012).

3.3. Premsa gratuïta

El descens de la contractació publicitària causat per la crisi econòmica ha afectat especialment la premsa gratuïta, que es finança bàsicament amb aquest recurs. La davallada de difusió ha sigut constant en aquests darrers anys i moltes de les principals capçaleres han anat tancant (*Metro* el gener de 2009, *ADN* el desembre del 2011); amb la desaparició de *Què!* el 29 d'abril de 2012 (continua funcionant la versió digital) només ha quedat una gran capçalera de distribució estatal, *20 Minutos*.³

Taula 6. Distribució mitjana d'exemplars de les principals capçaleres de premsa gratuïta diària a Catalunya (2011–2012)

Capçalera	2011	2012	Variació (%)
<i>20 Minutos</i> ^A	180.769	175.081	-3,15
<i>Més Tarragona, Reus, Costa Daurada</i>	26.667	24.504	-8,1
<i>Bon Dia Lleida</i>	12.731	10.019	-21,3

^A El 2011 va distribuir 704.802 exemplars a tot Espanya. El 2012, 605.241.

Font: elaboració pròpia amb dades de l'OJD.

Taula 7. Audiència de la premsa gratuïta a Catalunya (2011–2012)

Capçalera	2011	2012	Variació (%)
<i>20 Minutos</i>	424.000	366.000	-13,67
<i>Més Tarragona, Reus, Costa Daurada</i>	65.000	54.000	-16,92
<i>Bon Dia Lleida</i>	29.000	24.000	-17,24

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

En canvi, les dades del Baròmetre per a 2011 mostraven una certa recuperació a Catalunya de l'audiència dels mitjans de distribució més elevada. *20 Minutos* pujava un 4,7% respecte a l'any anterior (424.000 exemplars, però lluny dels 473.000 de l'any 2008). També guanyava lectors *Què!*, que passava de 251.000 exemplars a 291.000 (+16,0%). El bienni, però, acabava amb descensos generalitzats.

Podríem pensar que aquesta reducció deu haver afectat menys, quantitativament, els mitjans gratuïts en català, en primer lloc perquè tenen una difusió menor i, consegüentment, menor quota de mercat, i en segon lloc perquè estan en àmbits locals. Però sembla que les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura i de l'OJD indiquen que la baixada percentual pot ser fins i tot superior.

3. La versió que es distribueix a Barcelona disposa d'entre un 30 i un 40% d'articles en català. Font: Xavier Pons, cap de distribució. Comunicació personal, maig de 2013.

3.4. Premsa esportiva

En el sector de l'esport, el domini de la premsa en castellà continua essent aclaparador. Els quatre diaris esportius més llegits a Catalunya estan redactats en castellà, i els dos primers tenen la seu a Barcelona i s'ocupen preferentment de l'esport català i dels equips catalans: *Mundo Deportivo*, pertanyent al Grupo Godó, i *Sport*, del Grupo Zeta. Com podem veure a la taula 8, només en cinquè lloc trobem un diari esportiu en català, *El 9 Esportiu*, que perd més de la meitat de l'audiència en el darrer any, segons dades del Baròmetre. Del milió dos-cents mil exemplars de diaris esportius llegits al Principat el 2012, només 22.000 eren en català.

En el bienni 2011-2012, l'increment del nombre d'oients de les emissores de més audiència que emeten en català ha sigut molt superior al de les que ho fan en castellà

Taula 8. Evolució de l'audiència de les principals capçaleres de premsa esportiva, en milers de persones (2010-2012)

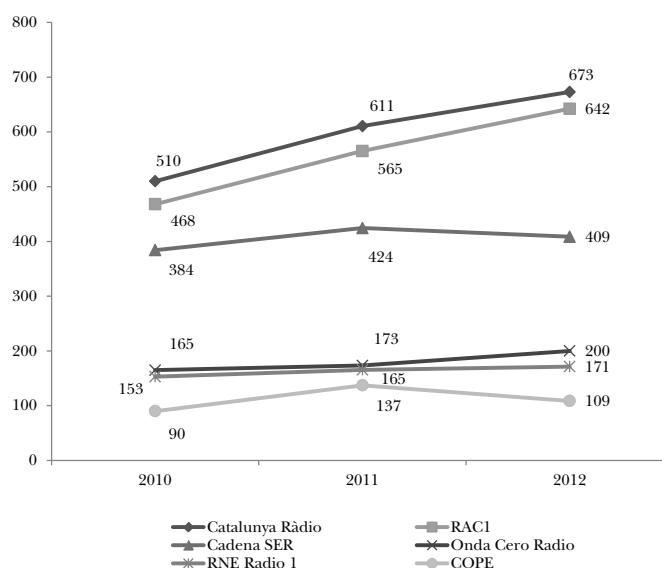
Capçaleres	2010	2011	2012	Variació 2010-2012 (%)
<i>Mundo Deportivo</i>	505	530	450	-10,89
<i>Sport</i>	390	437	373	-4,36
<i>Marca</i>	216	256	240	11,11
<i>As</i>	142	167	126	-11,27
<i>El 9 Esportiu de Catalunya</i>	71	53	22	-69,01

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

4. Ràdio

Ja fa anys que la ràdio és el mitjà on el català té una presència més notable i l'únic, de bon tros, en què aquesta presència es pot arribar a equiparar amb la del castellà. En el bienni 2011-2012, l'increment del nombre d'oients de les emissores de més audiència que emeten en català ha sigut molt superior al de les que ho fan en castellà (vegeu el gràfic 2).

Gràfic 2. Evolució de l'audiència de les principals emissores generalistes que emeten a Catalunya, en milers de persones (2010-2012)



Nota: audiència acumulada absoluta. Població de 14 anys o més. Recordatori d'escolta del dia anterior. Audiència de dilluns a diumenge.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

L'audiència radiofònica en català ha crescut el triple que l'audiència en castellà



Entre 2010 i 2012 el creixement de les principals emissores en català ha triplicat el de les principals emissores en castellà a Catalunya, en un marc general de creixement de l'audiència radiofònica. Convé destacar el comportament de l'emissora privada RAC1, que en diferents moments ha superat en audiència la seva competidora més directa, Catalunya Ràdio.⁴ Aquest creixement no es produeix tant per un transvasament d'audiència entre les cadenes capdavanteres com per la incorporació de nous oients. Així ho recull la taula 9, en les dades globals d'audiència de les principals emissores, que confirmen que l'audiència en català ha crescut el triple que l'audiència en castellà.

Taula 9. Suma d'audiències de les emissores més escoltades segons la llengua, en milers de persones^A (2010–2012)

Emissores	2010	2011	2012	Variació (2010–2012)
Catalunya Ràdio + RAC1	978	1.223	1.315	34,45%
Cadena SER + Cadena COPE + Onda Cero Radio + RNE Radio 1	797	926	889	11,58%

^A Les xifres no recullen el fet que una mateixa persona pot escoltar més d'una emissora i en diferents llengües. Només indiquen una tendència.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

4.1. L'audiència de la ràdio segons comarques

La distribució de les audiències per comarques també resulta molt favorable a les emissores en català. Les dades del Baròmetre per a 2011 ens indiquen que les dues emissores generalistes capdavanteres també lideren el rànquing per comarques, amb l'excepció del Tarragonès i el Garraf, on la Cadena SER és la més escoltada. RAC1 és la més escoltada a la franja litoral, al Montsià, el Baix Camp, el Baix Penedès, el Baix Llobregat, el Barcelonès, el Vallès Occidental, el Maresme i la Selva; i també a l'Alt Camp, l'Urgell i l'Anoia. A la Garrotxa escolten Ràdio Olot en primer lloc. I a la resta de comarques lidera Catalunya Ràdio.

4. 2. Ràdio musical

Un sector en què les emissores catalanes tenen molt bona implantació és el de la ràdio musical. Una implantació que té una transcendència menor des del punt de vista lingüístic, tenint en compte que les llengües dels temes musicals són majoritàriament l'anglès i el castellà. Entre les sis cadenes musicals de més audiència l'any 2012 en trobem tres de catalanes, com veurem a la taula 10, que es mantenen amb lleugeres oscil·lacions respecte a l'any 2011. Les emissores en castellà perden audiència, llevat d'Europa FM.

4. En l'onada de febrer–novembre del 2012 l'EGM donava 640.000 oients per a RAC1, enfront dels 611.000 que atribuïa a Catalunya Ràdio.

Mapa 2. Lideratge comarcal de la ràdio generalista (2011)



**Entre les sis
cadenes musicals
de més audiència
l'any 2012 en
trobem tres de
catalanes**



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (any natural 2011).

Taula 10. Evolució de l'audiència de les principals emissores musicals, en milers de persones (2011–2012)

Cadenes	2011	2012	Variació 2011–2012 (%)
40 Principales	555	495	–10,81
Flaix FM	425	431	1,41
RAC105	370	386	4,32
Ràdio Flaixbac	285	328	15,09
Cadena Dial	272	251	–7,72
Europa FM	248	328	32,26

Nota: audiència acumulada absoluta. Recordatori d'escolta del dia anterior. Audiència de dilluns a divendres.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

4.3. La ràdio local i comarcal

L'abast reduït de la influència de la ràdio comarcal fa que no aparegui en els primers llocs dels rànquings, a excepció de Ràdio Olot, com vèiem. Alguns estudis permeten intuir que el sector està molt catalanitzat

**L'any 2012
l'audiència de
televisió en català
ha crescut 3,5
punts respecte
a l'any anterior.
Al seu torn,
l'audiència
en castellà ha
augmentat 0,5
punts**



(LÓPEZ, 2009), però aquest elevat grau de compromís amb la llengua guarda una relació inversament proporcional a la seva audiència. La crisi ha afectat aquest sector, que ha vist com es tancaven unes quantes emissores, com Ona Valls (abril 2012), i n'hi ha moltes altres en risc de tancament.⁵

El Baròmetre dóna dades de 234 emissores locals per a l'any 2012, que en conjunt sumen una audiència de 937.000 persones. A la taula 11 podem veure la llista de les que tenen audiències superiors a 20.000 oients.

Taula 11. Audiència de les emissores de ràdio locals, en milers de persones (audiències superiors a 20.000 oients els últims 30 dies) (2011–2012)

	2011	2012
Audiència total ràdio	n. d. ^A	6.439
Audiència total emissores locals	n. d.	937
Ràdio Marina	39	52
Ràdio Sabadell	26	38
Ràdio Olot	47	38
Gum FM	19	22
Tarragona Ràdio	22	21
Ràdio Vic	19	21
Nova Ràdio Lloret	8	21
Mataró Ràdio	24	21

^A n. d.: dades no disponibles.

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

5. Televisió

L'augment de canals d'àmbit estatal i la implantació de la televisió digital terrestre, amb el consegüent creixement de l'oferta televisiva, ha provocat una gran fragmentació de l'audiència, el fenomen més important del sector els darrers anys. Com que aquest increment d'oferta s'ha produït sobretot en castellà, la presència d'aquesta llengua ha crescut molt en les pantalles catalanes. Però, tot i així, a partir des dades del Baròmetre veiem que l'any 2012 l'audiència de televisió en català ha crescut 3,5 punts respecte a l'any anterior. Al seu torn, l'audiència en castellà ha augmentat 0,5 punts.

Taula 12. Evolució de l'audiència general de televisió segons la llengua en milers d'espectadors (2011–2012)

		2011		2012	
Total		6.436	100%	6.439	100%
Audiència	TV	5.906	91,8%	5.995	93,1%
general de	Català	3.550	55,2%	3.779	58,7%
mitjans per llengües	Castellà	5.140	79,9%	5.179	80,4%

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

Ara bé, si ens col·loquem en una perspectiva més àmplia veiem que la quota de pantalla de TV3 s'ha anat reduint en les darreres dècades; des del 1990 ha perdut 15,6 punts, com podem comprovar a la taula 14. Les dades ens mostren un descens continuat de quota d'audiència, que s'atura el 2008 i es manté estable des d'aleshores, per damunt del 14%, mentre que l'audiència del conjunt de canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals està per damunt del 19%.

Taula 13. Quotes d'audiència de les emissores de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (1990–2012)

	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Variació 1990–2012
TV3	29,9	21,4	21,2	19,6	18,2	16,6	14,6	14,5	14,8	14,1	14,3	–15,60
33 <i>et al.</i>	1,4	4,3	5,2	6,2	4,4	3,4	2,9	2,6	3,9	5,2	5,0	1,40
TOTAL	31,3	25,7	26,4	25,8	22,6	20,0	17,5	17,1	18,7	19,3	19,3	–12,00

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Kantar Media (anys 1990, 1995, 2000, 2005–2012).

A la taula 14 podem veure més detalladament la distribució d'audiències en als darrers tres anys, amb dades per als diferents canals de la Corporació. En un context de pèrdua d'audiència de les cadenes principals, la baixada de TV3 i el 33 es veu compensada globalment, com hem vist també a la taula 13, per la pujada de la resta de canals de la Corporació.

Taula 14. Quotes d'audiència de televisió de les principals cadenes a Catalunya (2010–2012)

Canals	2010	2011	2012	Variació 2010–2012 (%)
La 1	11,8	10,9	9,3	–21,18
La 2	2,6	2,2	2,2	–15,38
TV3	14,8	14,1	14,3	–3,37
Super3/33 ^A	–	–	1,6	–
33 ^A	1,6	1,6	1,5	–6,25
3/24	1,1	1,1	1,3	18,18
Super3/3XL ^A	1,3	1,6	1,5	15,38
33/Esports – Esport3	0,7	0,9	1,1	57,14
Telecinco	12,7	12,1	11,2	–11,81
Antena 3	10,0	10,1	10,6	6,00
Cuatro	6,8	5,3	5,1	–25,00
La Sexta	6,2	5,3	4,6	–25,80
8tv	3,3	2,7	3,2	–3,03

^A El 3XL va desaparèixer el 30 de setembre de 2012. A partir de l'1 d'octubre s'emeten conjuntament el Super3 i el 33.

Font: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals amb dades de Kantar Media.

D'altra banda, les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura referides al consum televisiu a Catalunya donen una quota de pantalla del 27,4% (2012) i el 26,2% (2011) a les televisions d'àmbit autonòmic (suma dels diferents canals de la Corporació i els canals privats); per a 2012 el conjunt de televisions d'àmbit estatal que emeten també a Catalunya s'enduu el 43,2% de quota, mentre que les televisions locals tenen un 1,1%; el 23,7% és per als canals temàtics. El percentatge d'audiència de les televisions que emeten en català⁶ es distribueix com veiem a la taula 15.

5. Vegeu el capítol “La comunicació local” d'aquest mateix informe.

6. 8tv, 105TV i Estil9 tenen una programació bilingüe.

El conjunt de l'audiència que consumeix televisió en català augmenta de 2011 a 2012, però no supera el 60%, enfront del 80% de consumidors de televisió en castellà



Taula 15. Quota de pantalla dels canals de televisió que emeten en català (2011–2012)

	2011	2012
Total quota televisions catalanes	26,2	27,4
TV3	16,9	17,6
8tv	2,6	3,1
33	2,1	–
Super3/3XL	1,0	–
Super3/33	–	2,8
3/24	2,1	2,4
Esport3	–	1,2
Barça TV	1,0	0,6
105 TV	0,5	0,5
Estil 9	0,1	0,1

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

Tant les dades del Baròmetre com les de Kantar Media confirmen el lideratge de TV3 entre els canals de televisió més vistos a Catalunya i l'estabilització de la quota de pantalla en el període que comentem (vegeu taula 16).

Taula 16. Quota d'audiència dels canals generalistes més vistos a Catalunya (2010–2012)

Canals	2010	2011	2012	Variació (2010–2012)
TV3	17,4	16,9	17,6	0,20
Telecinco	14,1	11,9	10,8	–3,30
Antena 3	12,4	10,3	10,8	–1,60
La Primera	12,7	10,9	9,8	–2,90
La Sexta	6,5	6,0	5,2	–1,30
Cuatro	6,4	5,4	4,7	–1,70

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

A partir de l'1 d'octubre de 2012, Televisió de Catalunya (TVC) va reduir el nombre de canals. El Super3 va canviar de freqüència i es va situar en la del 33, per passar a ser un únic canal: els continguts del Super3 s'emeten de sis de la matinada a dos quarts de deu del vespre i els del 33 de dos quarts de deu a sis de la matinada, de manera que va desaparèixer el canal per a joves 3XL. Al seu torn, el canal Esport3 va passar a ocupar la freqüència del Super3, amb la intenció de millorar-ne la cobertura. Tot plegat, són canvis massa recents perquè en puguem copsar els efectes sobre l'audiència global dels canals de la Corporació.

En resum, TV3 continua essent líder d'audiència i ha estabilitzat la seva quota de pantalla, que es manté entorn del 17%. El conjunt de l'audiència que consumeix televisió en català augmenta de 2011 a 2012, però no supera el 60%, enfront del 80% de consumidors de televisió en castellà.

5.1. Televisió de proximitat

El futur de la televisió de proximitat és problemàtic, en opinió dels experts, que consideren que aquest sector ha estat condemnat “a la desaparició per la implantació de la TDT i la crisi de les finances públiques” (FORTUNY, 2012: 31). En tenim un exemple recent en els problemes de les televisions municipals, com la de Cardedeu (la

degana de les televisions locals, creada fa trenta anys), que ha hagut de suprimir els informatius i ajustar la graella a començament d'any, o la de l'Hospitalet de Llobregat, que va tancar al començament de 2012 per tornar a emetre unes hores al dia a partir de l'octubre d'aquell any, entre d'altres.

El Baròmetre ens ofereix dades d'audiència de 52 televisions de proximitat per al període que comentem. Les úniques que superen els 100.000 espectadors són Barcelona TV (424.000), que a més a més duplica l'audiència del canal que ocupa el segon lloc, 25TV (203.000), Teletaxi TV (14.000)⁷ i Lleida Televisió (115.000), i totes quatre han perdut audiència l'últim any (vegeu la taula 18).

**Les úniques
televisions
de proximitat
que superen
els 100.000
espectadors són
Barcelona TV,
25TV, Teletaxi TV
i Lleida Televisió**



Taula 17. Audiències de les televisions locals i comarcals amb més de 20.000 espectadors els últims 30 dies, en milers de persones (2011–2012)

Emissores	2011	2012
Barcelona TV	424	385
25TV	203	154
Teletaxi TV	162	140
Lleida Televisió	115	103
Televisió de Girona	80	68
Televisió de l'Hospitalet	70	–
Canal Taronja	60	64
Canal Reus TV	66	56
Canal Català Barcelona	52	47
Canal 21	46	45
Canal Català Vallès	38	42
TVB Badalona	67	42
Canal Terrassa Vallès	36	41
TAC 12	46	41
Canal Blau Maricel	40	38
Canal TE	53	36
L'Ebre TV	39	36
m1tv	47	36
Televisió Costa Brava	37	35
Canal Català La Manyana	27	34
Canal Català Tarragona	39	33
Mola TV	34	33
TVM Televisió de Manresa	28	30
Pirineus TV	28	30
VOTV	34	29
El 9 TV	23	29
ETV-Llobregat TV	34	27
Empordà TV	23	27
Penedès TV	25	26
Canal Català La Selva	23	26
Olot TV	29	26
Vallès Visió	23	25
TV Ripollès	24	24
4 TV (4 Mediterrània)	33	22
Canal Català Girona-Pla	23	22

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2011 i 2012).

6. Internet

La presència del català a la xarxa es manté estable en xifres globals. Els portals de premsa digitals en català augmenten la seva audiència, però com que tenen una oferta molt diversa de serveis (meteorologia, anuncis classificats, etc.), les dades d'audiència no indiquen exactament la quantitat de lectors. Les dades del Baròmetre ens informen, per al període 2011–2012, d'un creixement espectacular de webs de premsa generalista publicada en paper, en castellà o català (un 29,8%); i de les consultes de

7. Teletaxi TV emet al Vallès Occidental, al Baix Llobregat, al Camp de Tarragona i a la Conca de Barberà. Per a més informació vegeu el capítol "La comunicació local" d'aquest mateix informe.

Ja hi ha més de 50.000 dominis Puntcat registrats i el 2012 va ser el segon domini que més havia crescut percentualment entre els 316 dominis de primer nivell



webs de premsa esportiva publicada en paper (16,3%); només en tercer lloc, amb un 13,3% de creixement, trobem les consultes a mitjans de comunicació nadius digitals. Tanquen el rànquing les consultes a webs de televisions (11,4% de creixement), de ràdios (11,2%) i de revistes (9,6%). Aquesta situació, sobretot pel que fa als mitjans escrits, es pot veure afectada en un futur per la tendència a restringir l'accés lliure i gratuït al lector en molts casos. Però la proporció de mitjans consultats en català és molt baixa, segurament perquè l'oferta és comparativament més escassa i pels hàbits de consum dels internautes. Segons dades del Baròmetre, per a 2012 la proporció d'ús es distribuïa entre el castellà (89,7%), l'anglès (12,3%) i el català (5%), amb duplicitats (vegeu la taula 19).

Taula 18. Llengua d'ús d'internet a Catalunya (2010 i 2012)

Llengua	2010 (%)	2012 (%)
Català	47,9	47,54
Castellà	90,7	89,45
Anglès	11,0	11,05
Altres	4,5	5,05
No ho sap / no contesta	0,6	0,01

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010 i 2012).

D'altra banda, quan es compleixen set anys de la posada en funcionament dels primers dominis Puntcat (el 13 de febrer de 2006), ja hi ha més de 50.000 dominis registrats i el 2012 va ser el segon domini que més havia crescut percentualment entre els 316 dominis de primer nivell.

Taula 19. Evolució dominis .cat (2010–2013)

Data	Nombre de dominis	Variació sobre el recompte anterior (%)
1 gener 2010	39.665	
1 gener 2011	46.575	17,42
1 gener 2012	52.182	12,03
1 gener 2013	61.402	17,67

Font: FUNDACIÓ PUNTCAT [En línia]. webcitation.org/6GgMqFXQz

Taula 20. Rànquing de llengües a Viquipèdia, per nombre d'articles (desembre 2012)

Nombre d'ordre	Llengua	Nombre d'articles
1r	Anglès	4.200.000
2n	Alemanys	1.500.000
3r	Francès	1.300.000
4t	Neerlandès	1.100.000
5a	Italià	1.000.000
6a	Rus	949.000
7a	Espanyol	942.000
...
15a	Català	392.000

Font: elaboració pròpia a partir de la Viquipèdia [En línia]. www.webcitation.org/6Gt9ZumkI

Un índex important per copsar la salut del català a internet és el de la seva presència a la Viquipèdia. Segons dades de la mateixa organització, el català acaba el bienni com la quinzena llengua per nombre d'articles, amb més de 392.000, una xifra superior a les poc més de 307.000 registrades al principi de 2011, per bé que llavors ocupava el tretzè lloc. És la primera llengua sense

suport estatal en el rànquing, com podem comprovar a la taula 20.

Pel que fa a la presència del català en els webs d'organismes i empreses radicats als països catalans, la WICCAC (Webmàsters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics) confirma, en el seu seguiment mensual, un lleuger creixement de menys d'un punt percentual per any, segons veiem a la taula 21 .

El 2012 el català ocupava un 1,6% del consum de videojocs, enfront del 84,7% del castellà o el 14,8% d'altres llengües



Taula 21. Evolució de la presència del català als webs de les principals empreses i organismes de territoris de parla catalana (2010–2012)

Any/mes	Gener (%)	Abril (%)	Agost (%)	Desembre (%)
2010	58,89	59,17	59,14	59,47
2011	59,64	59,88	60,08	60,01
2012	60,08	60,26	61,13	61,76

Font: WEBMÀSTERS INDEPENDENTS EN CATALÀ, DE CULTURA I D'ÀMBITS CÍVICS [En línia]. www.webcitation.org/6GZyy4aVA

7. Videojocs

La situació dels videojocs en català és també molt negativa, segons les dades del Baròmetre per a 2012, i en aquest cas encara és més acusada la manca d'oferta en català enfront de l'abundantíssima oferta en castellà o anglès. A la pregunta sobre la llengua de l'últim videojoc a què havien jugat, en els últims tres mesos, només 27 dels 1.532 enquestats havien respost català, enfront de les 1.259 respostes per a castellà o les 245 per a altres llengües. Tot plegat, el català ocupava un 1,6% del consum de videojocs, enfront del 84,7% del castellà o el 14,8% d'altres llengües.

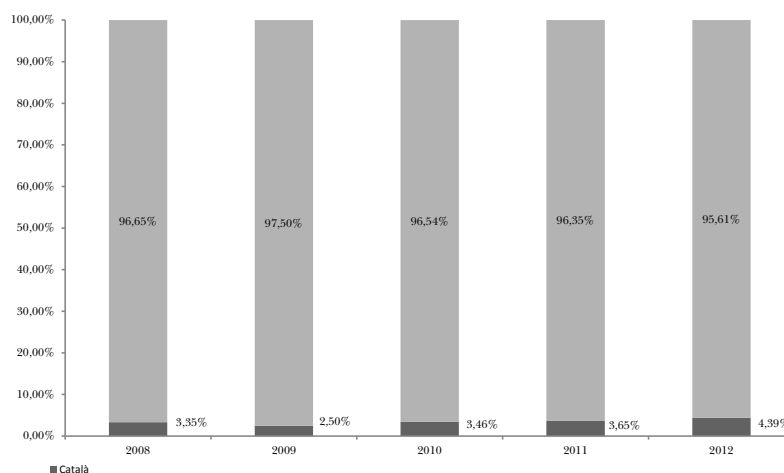
8. Cinema

La presència del català al cinema continua essent un punt feble del sistema comunicatiu català. Com que no existeix una poderosa indústria local, ha de dependre del doblatge o la subtitulació, amb el cost afegit que comporten. La Llei del cinema, aprovada el juliol de 2010, preveia que, de manera general, la meitat de les pel·lícules que s'estreuessin a Catalunya fossin doblades o subtitulades al català, però fou rebutjada per distribuïdors i exhibidors. La situació va canviar arran de l'acord a què van arribar les parts implicades amb el conseller de Cultura, el 26 de setembre de 2011, que preveia que per a 2012 es doblassin les 25 pel·lícules de major repercussió en el mercat, la qual cosa suposaria un augment significatiu del nombre d'espectadors. Les xifres reals han resultat més migrades, tot i que s'observa una certa millora respecte a anys anteriors. El Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya ofereix les dades següents pel que fa al cinema exhibit en català des de 2008. Les dades del Baròmetre confirmen també un petit augment del cinema en català, encara que queda molt camí per recórrer.

Els mitjans de comunicació en català, en un marc general condicionat per la crisi econòmica, no solament es mantenen sinó que en determinats àmbits fins i tot creixen de manera significativa



Gràfic 3. Percentatge de pel·lícules exhibides en català amb relació al total (2008–2012)



Font: *El Punt Avui*, 25-03-2013, pàg. 26, a partir de dades del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Taula 22. Espectadors de cinema en català (llargmetratges i curtmetratges exhibits en sales comercials), en milers de persones (2008–2012)

	2008	2009	2010	2011	2012	Variació 2008–2012 (%)
Original en català	143,2	197,3	288,3	314	201,5	40,71
Doblat al català	612,9	367,9	419,7	418,8	626,2	2,17
Total en català	726,2	565,2	708	732,8	828,4	14,07

Font: *El Punt Avui*, 25-03-2013, pàg. 26, a partir de dades del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

Taula 23. Espectadors de cinema per llengua de la darrera pel·lícula vista (2010–2012)

	Llengua	2010	2011	2012
Llengua de l'última pel·lícula que ha vist	Català	4,5%	4,5%	8,3%
	Castellà	91,4%	91,4	86,4%

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (anys naturals 2010, 2011 i 2012).

9. Conclusions

Les dades que hem comentat demostren que els mitjans de comunicació en català, en un marc general condicionat per la crisi econòmica, no solament es mantenen sinó que en determinats àmbits fins i tot creixen de manera significativa. Segueix a l'alça l'àmbit radiofònic, es manté el televisiu i creix el de la premsa escrita generalista. Els forats negres continuen essent la premsa esportiva, les publicacions d'altra periodicitat, especialment els setmanaris, i el cinema. El cas de la premsa esportiva és rellevant pel seu nivell de penetració i influència social: per cada exemplar de premsa esportiva llegit en català se'n llegeixen més de 500 en castellà. Aquest fet no deixa de ser curiós si pensem que les dues primeres capçaleres, *Mundo Deportivo* i *Sport*, pertanyen a grups de comunicació que ja editen premsa en dues versions, castellà i català, amb bons resultats d'audiència; hem de suposar, doncs, que tècnicament no

seria difícil generalitzar aquest criteri empresarial, la qual cosa podria capgirar la situació de la llengua a la premsa esportiva.

Les xifres d'audiència demostren que la societat catalana consumeix mitjans en català en la mesura que en té possibilitats, o sigui quan pot triar, quan n'hi ha oferta. Així ho podem veure en el consum de premsa diària, en ràdio generalista, en ràdio musical o en el cinema, i, en el cas de la televisió, amb recursos més escassos que les grans cadenes estatals, la pública catalana es manté la primera en el rànquing d'audiències. I quan depèn de la iniciativa popular, com en el cas d'internet, col·loca el català entre les llengües més importants del món a la Viquipèdia. Ara bé, també hem vist que la societat catalana és una gran consumidora de productes audiovisuals, i quan el producte no es troba en català, quan l'oferta no és suficient, acudeix a productes en altres llengües, principalment el castellà. La qual cosa explicaria el fort desequilibri que hi ha en l'ús de la llengua a internet.

Una altra constatació que es desprèn de l'anàlisi de les dades és que l'audiència és dinàmica, i que l'aparició d'un nou mitjà estimula la competència i eixampla l'audiència. És el cas de RAC1, l'emissora privada del Grupo Godó, que competeix amb Catalunya Ràdio en totes les franges, sense que això suposi una redistribució (en xifres) de l'audiència, ans al contrari: on abans hi havia una emissora en català liderant l'audiència, ara n'hi ha dues.

Els resultats dels informes del Baròmetre citats per la Xarxa CRUSCAT (2012) en el seu informe anual indiquen una evolució favorable de la identificació del català com a llengua pròpia, i aquesta evolució és més acusada com més alt és el nivell d'estudis. Aquesta tendència es podria correlacionar amb aquest increment de consum de mitjans en català. A tot plegat hi hem d'afegir els esdeveniments polítics d'àmbit nacional: reivindicacions nacionals, eleccions, etc., que poden haver jugat a favor de l'increment del consum de mitjans del país. Creiem, però, que aquesta influència no altera sensiblement una tendència que es va manifestant en els darrers anys i que hauria de permetre que el català fos un dia la llengua comuna del país, a més de ser-ne llengua pròpia.

La societat catalana és una gran consumidora de productes audiovisuals, i quan el producte no es troba en català, quan l'oferta no és suficient, acudeix a productes en altres llengües, principalment el castellà



10. Referències

FORTUNY, Jordi, dir. (2012). *El futur de la televisió a l'espai català de comunicació* [En línia]. Barcelona: Escacc, L'Opinió Catalana. Octubre. 2012. webcitation.org/6Fox9WhFO

LÓPEZ, Bernat (2009): *El sistema mediàtic de la demarcació de Tarragona el 2008. Una radiografia*. Tarragona: Departament d'Estudis de Comunicació de la URV.

PRADILLA, Miquel Àngel, SOROLLA, Nacho, coords. (2012). *Informe sobre la situació de la llengua catalana 2011* [En línia]. Xarxa CRUSCAT. www.webcitation.org/6GgOfO6AN

XARXA CRUSCAT (2012). *El català, al 2011: capacitat d'atracció i llengua de consum als 'media'. A partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* [En línia]. Barcelona: Xarxa CRUSCAT. 9 de maig. www.webcitation.org/6GgOp9934